

# EHIME TRADE & TREND

えひめトレード&トレンド

## ●エヒメフォーカス

2014年の経済展望と『産貿協』の活動

公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会 会長 森田 浩治

## ●ニューストピックス

台湾出張報告～愛媛県内食品企業の台湾への販路開拓の可能性～

愛媛県産業貿易振興協会

## ●会員紹介

セキ株式会社

## ●海外ビジネス

タイへの進出を検討されるにあたって～人件費の高騰が続くタイ～

ジェトロ・バンコク事務所 チーフオフィサー

堀家 隆造氏（伊予銀行より出向）

## ●『産貿協』からのお知らせ

平成25年度 国際ビジネス支援講座の実施報告

EIBA 公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会

2014

新春号

VOL.23

## 2014年の経済展望と『産貿協』の活動



公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会  
会長 森田 浩治

新年、明けましておめでとうございます。

皆様方には、日頃より当協会の活動に対して格別のご理解とご支援を賜り、厚くお礼申しあげます。

さて、昨年の日本経済は、日銀の大胆な金融緩和に伴う円安への動きにより輸出関連企業などに業績改善が見られるとともに、緊急経済対策の進捗による公共投資の増加、さらには消費者マインドの向上や消費増税前の駆け込み需要などから、着実な回復が実感できた一年でした。

今年は、4月の消費税引き上げに伴う需要減退や公共事業の減少による景気鈍化は見込まれますが、後半には外需を背景とした景気押し上げが予測されるとともに、中長期的にも2020年の東京オリンピック開催など好材料も見られます。一方、米国では、堅調な消費を背景とした経済回復が見込まれるもの、量的金融緩和の縮小に伴う影響など不透明な要因も抱えています。欧州も景気の持ち直しが見られるものの高い失業率や緊縮財政は依然続いており、まだまだ予断を許さない状況にありますし、昨年まで世界経済を支えて来た中国も経済成長の減速見込みに加えて、環境問題や人権問題など国内に多くの難問を抱えています。

このような環境下、昨年の『産貿協』は、定例の「ジェトロ・愛媛産業国際化センター」での貿易投資相談や「国際ビジネス支援講座」の開催、「えひめトレード&トレンド」誌の発行などの事業に加えて、公益財団法人えひめ産業振興財団の助成事業「えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業」を実施しました。この事業は県内企業の海外販路開拓を個別支援するのですが、県内企業数社のサンプルを持参して台湾のバイヤーに直接紹介するなど、より具体的・実践的な支援に努めました。今年もベトナムのバイヤーに直接アプローチを計画するとともに、4月以降にはさらに工夫を加えた支援事業にも取り組みたいと考えています。

昨年は世界経済や日本経済に大きな変化が見られた年でしたが、2014年以降のわが国および地域の経済発展や豊かな社会づくりのためには、国際社会との関係がますます重要になるものと思われます。『産貿協』では微力ながら地域の国際化支援に一層努力して参りますので、積極的にご活用いただきますとともに、引き続きご支援を賜りますようよろしくお願ひいたします。

## 台灣出張報告 ～愛媛県内食品企業の台灣への販路開拓の可能性～

### 愛媛県産業貿易振興協会

先般、台灣の日本食品を輸入しているバイヤーを訪問し、愛媛県内企業からお預かりしたサンプル商品を紹介するとともに現地の日本食品など食品市場の状況を視察して参りましたので、以下ご報告いたします。

#### 1. 概要

##### (1) 観察の趣旨と目的

今回の台灣視察は、当協会が今年度に実施している公益財団法人えひめ産業振興財団助成事業の「えひめプロダクト海外市場開拓支援事業」の一環として、支援企業の商品サンプルを持参して現地バイヤーに紹介するとともに、台灣での日本食品販売状況等を視察・調査して輸出の可能性を探ろうとするものでした。

##### (2) 観察の概要

###### A. 現地食品バイヤーへのサンプル商品の紹介

現地食品バイヤーから事前に興味ある日本食品について聴取した結果、味噌や珍味、ふりかけ、キャンディ等菓子類、鰹節などとのことでしたので、本事業開始時に支援企業として選定していた2社に加えて、当該商品を製造・販売している愛媛県内企業8社を追加支援企業として商品サンプルの提供を受け、台灣へ持参しました。

###### B. 現地の小売店での日本食品の販売状況視察

現地高級百貨店が開催する物産展に愛媛県内企業からも出展していましたので、その状況を視察するとともに、現地百貨店や地元スーパーマーケット、コンビニ・ドラッグストアなどの食品売り場の様子についても視察しました。

###### C. 日本飲食店の状況視察

小売店に加えて、日本飲食店も日本からの食品輸出の主要な買い手になると見込まれるため、現地の日本飲食店で、実際にどのような料理が提供され、どのような食材が使用されているか等視察、体験しました。

###### D. 公益財団法人交流協会台北事務所の訪問

日本と台灣の間には、公的には国交がないため、民間ベースの実務処理を行う機関として、日本側では公

益財団法人交流協会（以下、交流協会）、台灣側では亞東関係協会が活動していますが、日本政府は交流協会に対して「できる限りの支持と協力を与える方針」としており、実質的な日本の對台灣窓口機関になっています。

また、交流協会には、ジェトロなど政府関連機関や日本の自治体等からの派遣スタッフも大勢勤務しており、愛媛県からも職員の方が1名出向しています。今回の訪台では交流協会で、現地の経済状況や日本食品市場の状況等についてブリーフィングを受けました。

##### (3) 観察日程

観察日程は以下のとおりです。

月 日	観 察 内 容
10/26(土)	移動日：松山→羽田→台北（松山空港）  ①高級百貨店（食品売り場）視察 ・大葉高島屋（郊外の高級住宅地域） ・太平洋SOGO復興店（都心繁華街中心部） ②「日本物産展」愛媛県企業出展状況視察 ・太平洋SOGO天母店（郊外の高級住宅地域） ③微風広場（高級ショッピングモール）視察 ・食品売り場 ④地場スーパーマーケット（量販店） ・大潤發（RTマート）（都心中心部）
10/27(日)	①現地食品バイヤーへのサンプル商品紹介 ②コンビニ・ドラッグストア視察 ・コンビニ（ローソン、ファミリーマート） ・日系ドラッグストア（日薬本舗）
10/28(月)	①交流協会台北事務所でのブリーフィング ②新光三越（食品売り場）視察 ③日本食レストラン（地元中規模）視察
10/30(水)	移動日：台北（松山空港）→羽田→松山

#### 2. 台湾と日本の現状

台灣については、統計上、人口2,322万人（2011年末）、国内総生産（名目GDP総額）474,140百万米ドルで、一人当たりの名目GDPは20,328米ドルとなっています。また、国民の平均月収は約43,000元（1元=約3.5円）、大学新卒の平均月収は約28,000元等となっています。

一方、日台間の経済関係では、台灣財政部によると、2012年の両国間の貿易額は664.6億米ドルで、日本か

らの輸出は475.8億米ドル、日本への輸入が188.8億米ドルとなっています。

また、投資関係によるつながりも強く、2012年の両国間の投資状況は以下のとおりです。

①日本から台湾

直接投資額4.2億米ドル（台湾で第3位）

件数619件（台湾で第1位）

②台湾から日本

直接投資額10.9億米ドル（台湾で第1位）

件数35件（台湾で第3位）

③在台湾日系企業数

1,137社（うち台北市工商会会員企業は560社）

そのほか人的往来も多く、2012年は以下の状況です。

①日本人の訪台者 143万人（前年比10.6%増）

②台湾人の訪日者 147万人（前年比47.0%増）

③日台間の定期旅客便 366便／週（2013年5月実績）



台北市内の様子

また、台湾の人たちはたいへん親日家としても知られていますが、交流協会等が実施したアンケート調査によると以下のようない結果が出ています。

①台湾の人々の対日意識（2013年1月 交流協会調査）

- ・最も好きな国→日本43%（第2位 中国、米国7%）
- ・日本に親しみを感じる→65%

②日本人の人々の対台湾意識

（2013年5月 駐日台北経済文化代表処調査）

- ・台湾を身近に感じる→67%
- ・現在の日台関係は良好→91%
- ・台湾を信頼している→84%



松山市寄贈のからくり時計近辺の商店街（台北市内）

### 3. 台湾バイヤーへのサンプル商品紹介

#### （1）持参サンプル商品

今回の台湾出張の最大の目的は、現地バイヤーに愛媛県内企業のサンプル商品を紹介して、台湾への輸出実現の可能性を見つけることでしたが、事前にバイヤーから要請されていた品種から、以下の10社55アイテムを持参しました。

A社 ・フリーズドライ味噌汁（4種）

・レトルト・スープ（2種）

・冷凍食品（水産物）（12種）

・健康食品（2種）

B社 ・納豆（4種）

・冷凍食品（大豆原料製品）（2種）

C社 ・珍味（7種）

・調味料（ドレッシング等）（2種）

D社 ・おかず味噌（1種）

・フリーズドライ食品（味噌汁等）（2種）

E社 ・珍味（6種）

F社 ・味噌（2種）

G社 ・キャンディ（1種）

・スナック菓子（1種）

H社 ・味噌（1種）

I社 ・味噌（1種）

J社 ・珍味（5種）

#### （2）サンプル商品の紹介について

持参したサンプル商品についてアイテムごとに説明を行い、以下のとおり各商品群や個別商品に対してバイヤーの意見を聞くとともに、意見交換しました。

具体的な発注は、持参サンプルの中から選定した商品について別途正式な見積もりを検討したうえで、輸入商品を決定して行うことになります。

##### A. フリーズドライ味噌汁

事前に味噌に興味があり、台湾人は味噌汁を食すと聞いていたので、便利さとおいしさからフリーズドライ味噌汁が良いと考えて持参した。また、現地の高級百貨店視察の際に、通常の味噌やインスタント味噌汁は各種陳列しているが、フリーズドライのものは置いていないので期待したが、バイヤーからは価格的に高くなり過ぎるとの指摘。

##### B. レトルト・スープ

レトルトの洋風スープを2種類説明したが、特にバイヤーの反応は見られず、質問・意見等なし。

##### C. 健康食品

コラーゲン関連の健康食品2種を説明。バイヤーから台湾でも健康ブームとのコメントはあったが、特に質問等はなく、反応薄の様子。

## D. 納豆

冷凍納豆（通常の小粒納豆、有機納豆、しそ味とゆず味納豆）を説明。バイヤーからは、すでに台湾には多くの納豆が輸入されており、供給過多で価格的にもかなり安くなっているため、競争が厳しい。

ただ、日本人だけでなく台湾人も納豆を食べ始めて需要も増えてきてはいるが、台湾人は納豆の食べ方がよく判らないため、そのまま食べている例が多い。今後は台湾人に食べ方を提案するなど、販売促進のためのプロモーションが必要。



太平洋SOGO復興店内citysuper（食品売り場－納豆陳列棚）

## E. 冷凍食品

水産物と大豆原料の冷凍食品を説明したが、特にバイヤーからはコメントもなく、反応薄。

## F. 珍味

事前に珍味に関する要請が強く、持参したサンプルの商品説明に対してバイヤーから以下のコメント。

- ①すでに多くの珍味関連食品が輸入されているが、台湾人はおやつとして珍味を食べるので、市場に出回っていない味の商品があれば可能性がある。さらに、台湾人が好む味の商品開発ができれば、より可能性が高くなるのでバイヤーも協力する。
- ②台湾人は、柔らかい帆立貝関連商品やアーモンドなどナッツ類を好む。また、味の面では、明太子やわさび味などの各種商品開発ができればよい。
- ③商品包装は、袋詰めよりもハードプラスチックのパッケージの方が高級感があって、よく売れる。
- ④コチュジャン味など好まれるが、肉が入っているものは台湾での規制により、輸入禁止または検査等でコストが掛かるため、実質的に輸入不能。また、明太子に使用される赤色着色料の一部は輸入禁止であり、要注意。
- ⑤台湾でも健康志向があり、めかぶ関連商品も有望だが、まだ一般に認知されていない。



太平洋SOGO復興店内citysuper（食品売り場－珍味陳列棚）

## G. 味噌

味噌も事前に要望の高い商品だったので、おかげ味噌も含めて4社の商品を持参したが、バイヤーからは以下のコメント。

- ①台湾人は味噌汁を作ったりするので、味噌の需要はあるが、味噌汁以外の味噌の食べ方は知らない。食べ方レシピ等の紹介などが必要。  
おかげ味噌は認知度低く、まだ売れない。
- ②味噌汁も毎日作るわけではなく、家庭での味噌の消費量はまだ少なく、使用した残りを冷蔵庫に保管するため、容量の大きなパッケージは売れない。また、袋詰めよりもプラスチックパッケージの方がよく、またあまり大きくないプラスチックパッケージが一番よい。
- ③味噌も台湾では高級品のイメージが大事であり、パッケージデザインもモダンでしゃれたものの方がよい。日本で一般的に見掛けるような、昔風の袋詰めのデザインはよくない。



新光三越（食品売り場－味噌陳列棚）

## H. キャンディ、菓子類

菓子類の輸入もかなり多く、キャンディ類の人気があるものの、すでに各種出回っており、商品内容や価格面での競争はかなり厳しい。

今回持参の商品の説明には、あまり反応なし。

### (3) バイヤーの一般的見解

バイヤーとの意見交換の中で、一般的な見解として

以下のような事項がありました。

- A. 台湾では、日本からの輸入食品の価格は、一般的に日本での3倍程度になる。あまり高過ぎると台湾人は買えないが、一方で一般の台湾製品と同じ価格では日本ブランドの価値がなくなり、購入意欲をそぐことになるので、同様な台湾製品の一般的な価格よりも、少し高いくらいの価格設定が出来ればよい。
- B. 味噌や珍味については、台湾の消費者がどの程度の量や金額の商品をもっとも多く購入するか、一定期間、高級百貨店等で量り売りすれば調査できる。
- C. 台湾人の日本食品に対する認知度は高く、人気もあるが、食べ方についてはまだ十分知られていない。このため、日本食品の食べ方や日本食品を利用したメニュー提案などを具体的に行い、日本食の普及を図らなければならない。
- D. 台湾では中国語よりも、むしろ日本語で表記したパッケージや日本での味が人気だが、台湾人が好む味の製品を開発することも大事であり、商品開発でバイヤーと一緒にできることは協力したい。

#### (4) バイヤーからの見積書の要請

台湾訪問時のサンプル説明の際には、特に発注等に関する具体的な話はありませんでしたが、12月中旬に4社23アイテムの見積書を送付するよう要請がありました。これが最終的な取引成立ということではなく、これから価格を見て最終決定するということではあります、この中からいくつかも台湾への輸出が実現するよう期待しています。

### 4. 台湾市内の日本食品販売店舗

今回の台湾訪問では、現地で日本食品を販売している小売店などの売り場状況も実際に視察しました。以下にいくつか簡単にご報告いたします。

#### (1) 高級百貨店



##### A. 物産展

訪問前の9月20日～10月7日には、台北市内の太平洋SOGO（台湾資本の高級百貨店）復興店の食品売り場内にあるcitysuper（香港資本大手スーパーマーケット）では「四国愛媛物産展」が開催されました。また、10月22日～11月2日までは、同じく太平洋SOGO天母店（台北市郊外の高級住宅地域）で「日本物産展」が開催され、愛媛県内企業も出展していました。

太平洋SOGO天母店は、いかにも高級百貨店という趣きでしたが、その最上階の催し物会場の陳列棚に愛媛企業の酒、柑橘関係のジュースやゼリーなどが陳列されていました。

視察当日は、人が押し寄せるという混雑状況ではありませんでしたが、買い物客がゆったりと商品を見て回っていました。

#### B. 食品売り場

太平洋SOGO復興店には、高級スーパーマーケットのcitysuperが入居しており、日本食品を含む各種高級食品が販売されています。入り口付近では熊本県の物産展を行っており、一区画を占めて産品が展示され、2名の現地販売員が対応していました。定番品の陳列棚には、いくつかの愛媛県企業の商品も定番商品として陳列されていました。



太平洋SOGO復興店内citysuper（入口風景）



太平洋SOGO復興店内citysuper（熊本物産展）

価格は、日本国内での定価の3倍程度になっていました。また、一部に愛媛県メーカーが関知しないまま輸出されている商品もありました。

#### (2) 現地スーパーマーケット

現地のスーパーマーケット“大潤發（RTマート）”を視察しました。ここは低価格と豊富な商品で人気のある庶民向けの量販店であり、大勢の客で活気があり、売り場は雑然としていました。商品の量や種類は豊富で百貨店よりもかなり安い価格でしたが、日本からの

輸出品はあまり見られず、大体はアメリカや南米、ヨーロッパなどからのものが多かったようです。

### (3) コンビニ・ドラッグストア

コンビニは、現地のファミリーマートとローソンがあちこちに見られ、店舗内のレイアウトやBGM、ドア開閉時の音など日本とまったく同様で、販売している商品の構成も日本とほぼ同じです。日本商品も一部ありますが、多くは現地のものでした。レジ前では、日本と同じおでんも販売していました。

ドラッグストアは、最近、日本人が経営する日本薬粧堂が台湾内で店舗展開（日薬本舗名でも展開）しており、薬とともに日本食品も販売しています。



日系ドラッグストア（日薬本舗）入口周辺



日系ドラッグストア（日薬本舗）食品陳列棚

## 5. 日本食の飲食店

台北市内には、うどん店やラーメン店をはじめ、多くの日本食の飲食店があります。規模の大小や商品内容等は異なりますが、味はリーズナブルなものが多いように感じました。また、小規模な食堂でも日本から鰹節などを輸入しているところもあり、日本の一般的な味がかなり浸透しているように思われます。このようなことからも日本食品の販路としての台湾の可能性が感じられます。

## 6. 交流協会でのブリーフィング

最初に記載したとおり、台湾には実質的な対台湾窓口機関として民間ベースの実務処理を行う交流協会があります。

今回の訪問では、愛媛県から出向されている福増氏とジェトロから出向されている奥山氏のお二人から台湾の経済情勢や台湾の日本食品市場の状況等について、情報をいただくとともに、今後の日本食品の台湾市場開拓の可能性に関して示唆に富んだご意見をいただきました。また、今後のご支援やご協力についてもお願いいたしました。



公益財団法人交流協会の入居ビル

## 7. 台湾の日本食品市場としての可能性

台湾は、中国と比較すると人口は少なく、経済規模も小さいですが、国や国民の経済面・文化面での許容量は、アジアの中でも大きく、日本など海外からの物や文化を受け入れられる市場であると感じました。愛媛県内企業からも付加価値の高い商品を輸出できる市場として可能性を持っていると思います。

ただ、日本食品を輸出すると、現地での販売価格は、3倍程度になってしまいます。台湾で競争力を確保するためには、高級品として同様商品の一般的市販価格よりも若干高く、かつ手の届く範囲での価格設定ができるよう生産、物流等で可能なコストダウンを図ることが求められます。

また、文化面での許容度は高いものの、まだまだ日本食品に関する理解度は決して高くありませんから、食品とともに日本の食文化（伝統的なもの、近年の流行などとも）を輸出し、食べ方からメニュー提案まで幅広く普及活動を行う必要もあると思われます。



松山市から寄贈の「からくり時計」

（愛媛県産業貿易振興協会／合田謙司）

# 会員紹介

## セキ株式会社



関 啓三  
代表取締役社長

**松山本社**：愛媛県松山市湊町七丁目7番地1  
**東京本社**：東京都渋谷区代々木三丁目2番8号  
**設立**：創業／明治41年7月  
法人設立／昭和24年3月31日  
**事業内容**：総合印刷、広告宣伝に関する企画・デザイン制作、パッケージ、洋紙板紙販売、出版、ホームページ企画・制作・運用、デジタルコンテンツ企画・制作、記念事業・イベント企画運営、システム開発、郵便局広告代理業務、オフィス関連用品通信販売代理店業務 他  
**代表者**：代表取締役社長 関 啓三  
**資本金**：12億170万円  
**売上高**：100億400万円(平成25年3月期実績)  
**従業員**：270名



松山本社



東京本社

### 1. 会社沿革

- 明治41年 創業者 関 定が和洋紙店を開業
- 大正元年 印刷業を兼業開始
- 昭和24年 法人組織に改組し、株式会社関印刷所を設立
- 昭和41年 高知県に進出（現 高知営業所開設）
- 昭和42年 香川県に進出（現 高松支店開設）
- 昭和46年 関東圏に進出（現 東京本社開設）
- 昭和61年 CIプログラムを導入し、セキ株式会社に社名を変更
- 平成元年 東海圏に進出（現 名古屋営業所開設）
- 平成2年 伊予工場を新設。分散する工場を集約し生産力を倍増
- 平成9年 セキ美術館を松山市道後に開館
- 平成12年 JASDAQ市場に株式上場
- 平成13年 新本社ビル竣工
- 平成14年 プライバシーマーク（JISQ15001）認定を取得、伊予工場において「ISO14001」の認証を取得
- 平成16年 関西圏に進出（現 大阪支店開設）
- 平成17年 東京支店を拡張移転、森林管理認証紙(FSC)を取り扱うCOC認証を取得
- 平成20年 創業100年を迎える  
大阪出張所を支店に拡張移転  
株式会社読売新聞大阪本社と合弁会社メディアプレス瀬戸内株式会社を設立し、広島県尾道市と香川県坂出市で新聞印刷事業を開始
- 平成22年 松山・東京2本社制へ移行
- 平成25年 伊予工場において環境貢献を目的とした太陽光発電を開始  
東京証券取引所上場



創業時の和洋紙店



セキ美術館所蔵の古地図

## 2. 業務内容の紹介

お客様のニーズを分析・方向づけしてクロスメディアで情報発信を支援するサービスを行います。お客様のパートナーとなって問題解決に取り組み、その過程や成果において感動を共有することを目指しています。生活に欠かせないパンフレットや販促チラシ、ポスターなどの印刷物から、快適性や利便性を生むパッケージ。生活を彩る出版物や多様性あふれるデジタルコンテンツ。イベント企画や、商品開発まで。あらゆる情報とツールを駆使してお客様が必要とされるコミュニケーションを支えます。



フリーペーパー「Collar」発刊事業にも輸入紙を活用



イベントプロモーション事業

## 3. 当社の国際化について

印刷物の主な原材料となる印刷用紙については、2001年から印刷用紙の輸入取扱いをスタートし、現在では年間で1,000tを超える取扱量となっています。当社の属する印刷業界は厳しい環境下にあり、コストメリットが見い出せる輸入紙を取り扱うことでの価格競争力を受注拡大の材料としています。

製紙業界もグローバル化が進み、その進展は年々加速しています。様々な顧客ニーズに応えるためにも、国内だけに視野を置くのではなく海外の情勢についても情報収集し、様々な提案ができる体制作りに力を入れていきます。



輸入板紙と輸入巻取り紙

## 4. 企業理念

### 〈経営方針〉

当社は、印刷情報メディアを基盤としながら積極的に周辺業務の拡大を図り、情報クリエイティブ企業として発展をめざす。

- ・顧客志向～当社は、顧客にとって役立つ効果的な製品・サービスを積極的に提供する。
- ・時代対応～当社は、外部環境の変化に柔軟かつ積極的に対応し、創意と技術で時代の先取りを志向する。
- ・人間尊重～当社は、明るい活力ある職場をつくり、社員の情熱と能力を引き出し、人づくりにつとめる。

## 5. 各種受賞および取得認証

### 〈ファミリー・ビジネス表彰「優秀賞」受賞〉

当社は、特定非営利活動法人ファミリー・ビジネス・ネットワーク・ジャパンの主催する第4回ファミリー・ビジネス表彰（2010年）において「優秀賞」を受賞しています。持続する経営の中でCSRなど、ファミリーによる優れた経営活動を広く世界に紹介することを目的とした表彰において高い評価をいただきました。当社は創業から105年。現社長の関 啓三は3代目の社長です。誠実経営を旨とし、地域とともに成長する姿勢はこの先も継続してまいります。

### 〈取得認証ほか〉

東京証券取引所上場、ISO14001、プライバシーマーク、FSC認定COC認証、PEFC認定COC認証



ファミリービジネス表彰

# 海外ビジネス

## タイへの進出を 検討されるにあたって ～人件費の高騰が続くタイ～

ジェトロ・バンコク事務所  
チーフオフィサー

堀家 隆造  
(伊予銀行より出向)



### ～はじめに～

タイの首都・バンコクに初めて訪問された日本の方々は口を揃えて「まるで先進国のようだ」と驚きの声をあげます。立ち並ぶ高層ビル群、世界的に有名なブティックがひしめく最新型のショッピングモール、世界中から集められた最高級の食材が並ぶスーパーストア、その中でショッピングや食事を楽しむタイの人々。彼らは近年の好景気、それに伴う人件費の高騰を受けて現れた新しいタイプの中間所得層です。その光景は確かにタイ的一面を捉えています。



バンコクの高層ビル群

ただ、別の面から覗いて見ると違うタイの姿が見えてきます。バンコク首都圏から1時間ほど車を走らせると、水牛がたたずむ農村が見えてきます。農村では昔ながらの素朴な生活が営まれています。また、バンコク中心部をよくよく見てみると各所にスラムがあり、その日暮らしの貧困層が生活を営んでおります(そ

の多くが農村からの出稼ぎと言われております)。彼らは前述の「先進国のような生活」とは無縁です。



農村の水牛

タイ国家統計局のデータから農業を基準に産業別の賃金格差を見ると、農業を1.0倍とすると全体が2.3倍、最も高い業種である電気・ガスは5.6倍となります。また地域別の賃金格差では、農村地帯である北部を1.0倍とするとバンコク首都圏は2.2倍となります。

先進国のような生活を享受する成功したタイ人、まだ享受できていないタイ人、それらがモザイクのように絡み合った所得格差のある社会こそがタイの現実ではないでしょうか。本稿ではタイの現在についてデータ・筆者の滞在体験等を交えてお伝えしたいと思います。タイ進出を検討されている愛媛県内の企業様の一助になれば幸いでございます。

### 1. 人件費の高騰が続くタイ

タイ商務省のデータによりますとタイに進出した日系企業は累計で7,739社に上ります(2013年8月時点)。また、バンコク日本人商工会議所の会員数は世界の日本人商工会議所の中で上海(約2,400社)に次いで多い1,458社となっております(2013年3月末時点)。2012年の日本からの投資(タイ投資委員会認可ベース)は外国資本によるタイへの直接投資の内、63.5%(348,430百万バーツ/1バーツ=約3円)のシェアを占めました。

日系企業を中心にタイへの投資、進出が進みタイ経済が堅調に推移している中で人手不足が深刻となっています。ここ数年、失業率は1%を切る水準で推移。タイ国家統計局のデータによりますと2013年7月の失

業率は0.89%となりました。

また賃金についてですが、インラック政権（当時）が日額最低賃金の大幅引き上げ（約40%上昇）を2012年4月1日から実施しました。その結果、バンコク等7都県は215バーツから300バーツに。また、2013年1月1日から全国一律、バンコクと同額の300バーツとなりました。全国一律の日額最低賃金の引き上げはバンコク首都圏と地方の格差を縮小することに今後寄与し、内需が更に活性化されると思われる一方、日系を含めた製造業の収益悪化が懸念されております。

筆者は現在タイ語教室に通っていますが、教えていただいている先生が退職し、とある日系企業に秘書として就職することになりました。約束された初任給（月給）は30,000バーツ。先生は「タイの東大」と呼ばれるチュラロンコーン大学の法学部を今年卒業し、日本語を勉強する傍らタイ語教室でバイトをしていたわけですが、大卒初任給の下限である15,000バーツの2倍の金額を提示されたわけです。タイでは日本語のできる人材は数が限られていますので、現在特に給与が高騰しています。また、語学手当として18,000～35,000バーツの日本語手当などを支給する企業も増えてきています。



【タイ】工業団地「太田テクノパーク」の風景

ここまでお伝えしたように人件費高騰には企業の収益悪化などに繋がる負の側面がありますが、ここからは正の側面をお伝えしたいと思います。人件費高騰による内需の活発化についてです。タイでは現在、ミドル層の旺盛な消費欲に注目した日系サービス企業の進出が活発化しています。特に外食企業の進出が目立っており大戸屋、モスバーガー、ペッパーランチ、

CoCo壱番屋、新宿さぼてん、ビアードパパ、丸亀製麺など、主だった企業が既に進出しています。また、Fuji Restaurant等のタイ資本のタイ人向け日本食店も大賑わいです。2012年6月時点における日本食レストランの店舗推移を見ますと、バンコクで1,128店舗、地方548店舗の合計1,676店舗となっております。現在タイでは健康食ブームが起きており、日本食は健康に良いものとしてタイ人に認識されております。

日系外食企業の進出ニーズの高まりを受けて、今年9月にジェトロ・バンコクでは『タイ（バンコク）外食産業商談会』を2日間をかけて実施いたしましたが、日本からは15社、タイ側からは53社参加いただき商談は活況の内に終わりました。ジェトロ・バンコクへ進出相談に来られる外食企業の数も減少することなく推移しています。今後も外食企業を筆頭に日系サービス企業のタイ進出は続くものと思われます。今年においては、スーパーホテル（ホテル）、ガリバー（中古車販売）、タックルベリー（釣り具販売）、ぼてぢゅう（お好み焼き）などの日系サービス企業がタイに進出しました。



ショッピングモールに入居した日系外食企業

## 2. 所得の格差による政治の不安定化

前述の通り、タイでは人件費高騰を背景にバンコク首都圏や製造業を中心に新たな中間層が生まれてきています。その一方で産業が発達していない地方には、まだ中間層に移行できていない貧困層の人たちが多数取り残されています。このバンコク首都圏と地方との所得の格差が対立を生み、政治の不安定化に繋がっているのが今のタイの政情です。

バンコク首都圏の人々は黄色シャツ隊と呼ばれ、民主党を支持しています。2013年12月のデモを主導していたのが黄色シャツ隊の人々です。地方の人々は赤シャツ隊と呼ばれ、タクシン元首相の実妹であるインラック首相が率いるタイ貢献党を支持しております。2010年の暴動を覚えられている方もいらっしゃるのではないかでしょうか。黄色シャツ隊のデモにより12月9日、インラック首相は議会の解散を国王に奏上し、承認されました。今後の情勢が注目されます。



黄色シャツ隊による12月9日デモ、サイアム駅前



2013年5月、暴動から3年目の日にバンコク中心部へ集まつた赤シャツ隊

## 3. ～タイプラス1～

### 在タイ日系製造業の今後の動向

人件費の高騰は既にタイへ進出していた日系企業、特に労働集約型の製造業の動向に変化をもたらしつつあります。タイと比較して人件費が安価な周辺国への拠点の分散化です。タイから周辺国への拠点分散化を最近では「タイプラス1」と言っています。ミャンマー、カンボジア、ベトナムなども「タイプラス1」候補に挙げられますが、今回はラオスを取り上げたいと思います。

ラオスの魅力は人件費の安さだけではなく、一部の品目については一般特恵関税制度（GSP）を利用すればラオス原産品を日本に関税0%で輸出できること、治安が良いこと、ラオス人の人柄が素朴なこと等々が挙げられます。また、タイから進出する企業にとって魅力的な点は、タイ語とラオス語が7~8割共通していることです。タイのテレビ番組を常日頃から見ている若いラオス人たちと、タイ語を10割理解できる人たちも少なくありません。タイの工場で鍛え上げたタイ人熟練労働者を連れて来れば、言語の壁に苦労することなくラオス人に技術を伝えることができるわけです。



ラオスの首都ヴィエンチャンの街並

ただし、操業上の課題もあります。原材料や機械設備がラオスで生産されていないため、そのほとんどを輸入しなければならないこと、農業国であるためワーカーが工場での労働に慣れていないこと及びにそれに伴う離職率の高さ、都市部の土地高騰・生活費高により地方からの出稼ぎ増加が抑制されてしまっていること等が挙げられます。

具体的な進出事例を挙げますと、中南部に位置する

都市サワナケートのサワン・セノ経済特区にタイに進出している日系カメラメーカーが新工場を設立いたしました。タイから一部の生産を移管し、今年操業を開始しております。ラオスの工場で一部生産しタイのマスター工場で完成させる、という方法です。サワナケートはメコン川を挟む形でタイ国境に隣接しており（タイ側の都市はムクダハン）、生産した部品をタイ側の工場に持ち込みやすい地の利があります。今後はこのメーカーのようにタイのマスター工場から一部生産をラオスに移す日系企業が増えてくるのではないかでしょうか。



【ラオス】サワン・セノ経済特区の風景

日系企業からのラオス進出ニーズの高まりを受け、ジェトロ・バンコクでは2013年の11月7日～9日の期間に首都ビエンチャン・国立文化会館にて『Japanese Products Exhibition in Laos 2013（日本物産展）』を開催いたしました。日本ブランドの電化製品、自動車用品、食品、服、雑貨等を展示・即売。8,000人以上のラオス人に来場していただき盛況の内に終わりました。全21社が出展し日本をアピールしましたが、その内1/3程度が在タイ日系企業やタイを地盤とする日本食レストランで占められていたことは注目すべき点かと思います。



ラオスの日本物産展での一幕

～おわりに～

#### タイ進出のメリット・デメリット

ここまでタイの入件費高騰を中心にタイの現在についてお伝えいたしましたが、最後にタイ進出のメリット、デメリットを簡便にお伝えしたいと思います。

タイ進出のメリットは①整備されたインフラ、②過去から一貫した外資優遇政策、通商政策の存在、③長い進出の歴史に裏打ちされた産業の集積、④充実したサプライチェーンを背景にした部材・サービスの容易な調達、⑤熟練労働者の存在、⑥親日的な国民性・良好な駐在員の住環境、⑦国内需要への期待などを挙げることができます。また、デメリットとしては①既に進出している同業日系企業などとの厳しい競争、②人手不足、③入件費の高騰、④高齢化率上昇による少子高齢化、⑤自然災害（洪水）などが挙げられます。

いよぎん地域経済研究センターの調査によると、2013年時点で愛媛県内に本拠を置く企業様はタイに14拠点進出しております。

(<http://irc.iyobank.co.jp/topics/press/250326.pdf>)

また、愛媛県産業貿易振興協会とジェトロ愛媛とでアンケート調査を行い、下記HP等で公表している「国際取引企業リスト」でも愛媛県内企業のタイへの進出状況が確認できます。

(<http://www.ehime-sanbokyo.jp/topics/trade/?p=1446>)

現在多くの日本企業がタイ進出を検討されておりますので、是非愛媛企業の皆様もご検討いただけましたら幸いでございます。

# 平成25年度 国際ビジネス支援講座の実施報告

産貿協では、例年開催している県内企業の貿易業務担当者養成を支援するための貿易取引関連実務講座「平成25年度国際ビジネス支援講座」を昨年11月に実施いたしました。

前年の平成24年度では、それまでの実務者向け講座から初心者向けの貿易取引〈基礎コース〉と実務者向けの貿易取引〈輸出入実務者コース〉の2コースに内容を改正して実施しましたが、今回も同じ2コースながら、講座内容には若干の改正を加えて実施いたしましたので、その実施状況についてご報告いたします。

## 1. 開催講座の内容

初心者向けの貿易取引〈基礎コース〉は、前回と同様に株式会社グローバル・ビズ・ゲート代表取締役池田隆行氏に講師をお願いして、朝の9時30分から夕方5時頃まで、少しハードスケジュールでしたが、1日勉強漬けの講座となりました。また、貿易取引〈輸出入実務者コース〉は、地元愛媛でそれぞれ実務に携わっておられる関連業界の方々に講師をお願いして、それぞれの現場でのお仕事に即した講義をしていただきました。

## 1. 貿易取引〈基礎〉コース

開催日：平成25年11月7日(木) 9:30～16:40	
講座内容	第1講座 貿易取引の仕組と基礎知識 第2講座 取引申込みから契約締結 第3講座 輸送と通関 第4講座 決済と金融
講 師	(株)グローバル・ビズ・ゲート 代表取締役 池田 隆行 氏



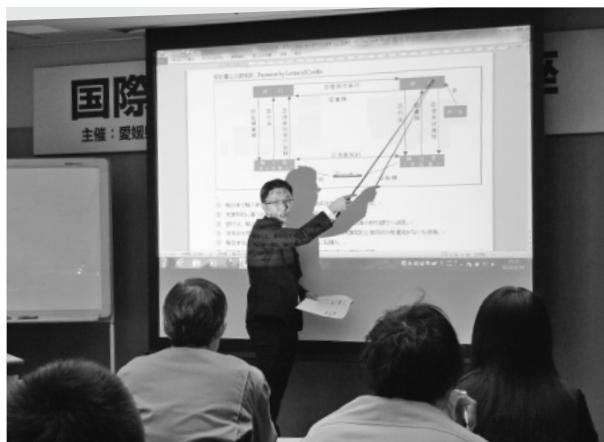
貿易取引〈基礎〉コースの講座風景

## 2. 貿易取引〈輸出入実務者〉コース

開催日：平成25年11月14日(木) 13:30～16:40	
第1講座	13:30～15:00
講座内容	取引先開拓と各種規制への対応
講 師	三浦工業(株) グローバル調達部 主任 高井 康之 氏
第2講座	15:10～16:40
講座内容	取引価格、決済方法の決定と契約締結
講 師	愛媛エフ・エー・ゼット(株) 総務企画部 課長代理 稲田 誠司 氏

開催日：平成25年11月19日(火) 13:30～16:40	
第3講座	13:30～15:00
講座内容	輸出入決済と貿易金融
講 師	(株)伊予銀行 国際部 主査 脇本 雄也 氏
第4講座	15:10～16:40
講座内容	輸入信用状開設と輸出信用状接受
講 師	(株)愛媛銀行 国際部 三浦 泰樹 氏

開催日：平成25年11月26日(火) 13:30～16:40	
第5講座	13:30～15:00
講座内容	物流、通関手続き
講 師	日本通運(株) 松山支店 営業推進センター 課長 高市 浩 氏
第6講座	15:10～16:40
講座内容	運送業者への委託と船積書類
講 師	日本通運(株) 松山支店 営業推進センター 課長 高市 浩 氏



貿易取引〈輸出入実務者〉コースの講座風景



国際ビジネス支援講座の受講者

### 3. 受講者の状況

今回の講座にご参加いただきました受講者の方は以下のとおりでした。

	〈基礎〉 コース	〈輸出入実務者〉 コース
受講申込者数	28名	19名
うち男性	23名	16名
うち女性	5名	3名
延べ出席者数（注）	112名	79名
出席率	100.0%	69.3%

（注）〈基礎〉 コースは第1～第4講座、〈輸出入実務者〉 コースは第1～第6講座に出席した延べ出席者数。

受講申込者数や延べ出席者数については、初心者向けの〈基礎〉 コースに〈輸出入実務者〉 コースよりも多くの方にお申込み・ご出席いただきました。これまで経験がないけれども、これから海外との取引も検討しようというお考えの方が増え、貿易取引についても広く関心が高まっているかと推測されます。一方、〈輸出入実務者〉 コースは前回よりも受講者数が若干減少しておりますが、これについては、すでに貿易取引を実施している企業では実務担当者の養成がある程度進捗したのか、要因については不明ですが、いずれにしても、受講者の皆さんには熱心にご聴講いただきました。

### 4. 受講者のご感想、ご意見

各コースの終了時に、受講者の方にアンケート調査へのご協力をお願いし、率直なご意見やご感想をいただきました。主な結果は、以下のとおりです。

#### （1）総合的評価

	〈基礎〉 コース	〈輸出入実務者〉 コース
大変良い	14名	4名
まあ良い	11名	3名
普通	2名	6名
あまり良くない	0名	1名
良くない	0名	0名
計	27名	14名

#### （2）受講目的

	〈基礎〉 コース	〈輸出入実務者〉 コース
現在の業務に活用	12名	6名
今後の業務に活用	13名	8名
一般的な知識	2名	0名

#### （3）良かった点・良くなかった点

##### A. 〈基礎〉 コース

判り易い説明で理解し易かった	17名
具体例や実例等があり理解し易かった	8名
講師の声や話し方が良かった	5名
直接質問できたのがよかったです	1名
本で理解できなかったことが理解できた	1名
説明のスピード、進行が少し速かった	2名
知っていることも多かった	1名

##### B. 〈輸出入実務者〉 コース

貿易取引の基本から細部まで勉強できた	3名
事例や実例等が多く、理解し易かった	2名
現場を良く知っている講師が良かった	1名
「物流、通関手続き」、「運送業者への委託と船積書類」が良かった	1名
「輸入信用状開設と輸出信用状接受」が良かった	1名
もう少し踏み込んだ内容でもよかったです	1名
レベルが高く理解できない部分もあった	1名
レジメがあれば十分だった	1名

#### （4）講義内容や運営に関するご感想、ご意見

- ・集中力を維持するのが難しく、講義中に演習や理解度チェックのテスト等考える時間を入れてはどうか。
- ・個々の企業が抱えている具体的な課題解決策に関する講座を開催してほしい。
- ・実務者向けは、より実務的な講座内容にしてほしい。
- ・講師の体験談など実践的なアドバイスを聞かせてもらいたい。

#### （5）今後の講義で希望するジャンル・テーマ

- ・英文契約書締結時の注意点
- ・海上運送に関する保険や航空輸送について
- ・中東、インドネシアなどイスラム国との取引とハラル認証について
- ・EPA、FTA等に関する原産地証明書発給について
- ・中国とのビジネスチャンスはまだあるか。
- ・中小企業の国際ビジネスの必要性と最近の傾向

以上、アンケートへの回答の一部をご紹介しました。厳しいご意見もいただいておりますが、今回のご感想やご意見を次回以降の講座実施の際の課題として、さらに改善を図って行きたいと考えておりますので、次回以降も、ぜひ本講座のご活用をよろしくお願ひいたします。

発行

**EIBA 公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会**

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

〒791-8057 松山市大可賀2-1-28 アイテムえひめ3階  
TEL 089-953-3313 FAX 089-953-3883

ホームページ : <http://www.ehime-sanbokyo.jp>

メールアドレス : [eibassn@smile.ocn.ne.jp](mailto:eibassn@smile.ocn.ne.jp)

印刷 : セキ株式会社

〒790-8686 松山市湊町7丁目7-1

TEL 089-945-0111 FAX 089-932-0860